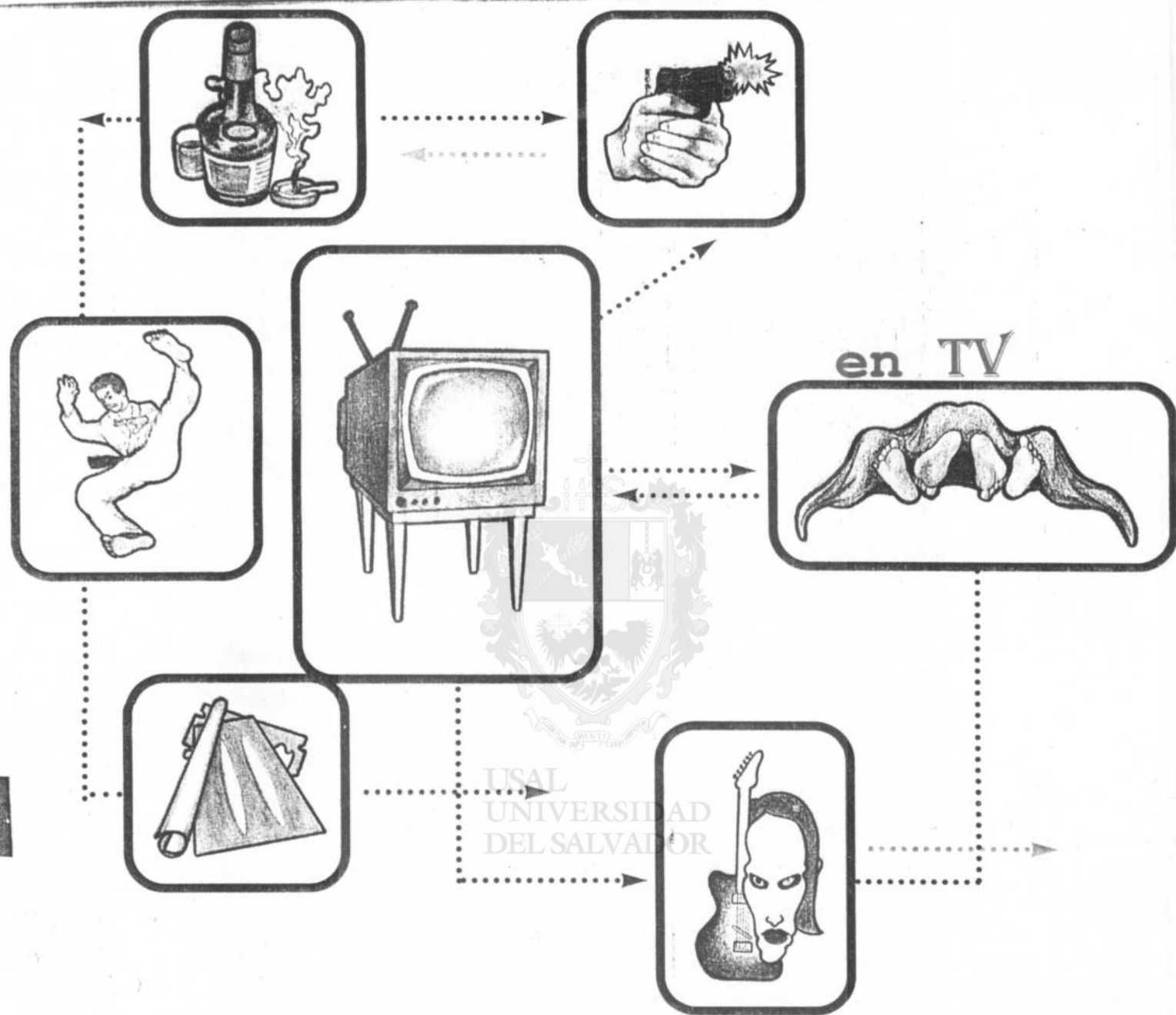


TESIS
4100

LA CULTURA DEL EXITISMO



Dibujos: Leo Olivera

UNO

POR MARTIN A. CARIDE

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y
de la Comunicación Social.

INVESTIGACION

***La Cultura del Exitismo en
Televisión***



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizado por Martín Alfredo Caride

Materia : Seminario de Investigación Periodística
Cátedra : Prof. Raúl Horacio Burzaco

Buenos Aires, 22 de junio de 1999

Dedicado a Jaime De Olesa.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Agradecimientos :

A Mis Padres, Martha y Alberto, por apoyarme en los malos y buenos momentos a lo largo de estos cinco años; a mis hermanos, a Camila, Sofía y Pedro mis tres estrellas queridas, a mis compañeros y amigos; a Virginia Navarro, por apoyarme y compartir la difícil etapa final de la tesis; especialmente a la Profesora Ivón Laguier por su gran ayuda y orientación durante la carrera y la tesis, a los profesores que tuve a lo largo de la carrera que enriquecieron mis conocimientos, a la Decana Srta. Mercedes Terrén, a mi tutor de tesis Profesor Raúl Horacio Burzaco, a la Liga Argentina de Salud Mental, a la Liga de Salud Mental de la Provincia de Mendoza, a Iván de Pineda, Mario Pergolini y a quienes colaboraron en esta investigación.

A todos ellos Muchas Gracias !

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Indice

| | |
|--|-----|
| Prefacio | 4 |
| Introducción | 5 |
| Capítulo 1. <i>Las Culturas Juveniles</i> | 7 |
| 1.1 Década del '50, La Cultura Rock | 10 |
| 1.2 Década del '60, La Cultura Pop | 11 |
| 1.3 Década del '70, La Cultura Punk | 12 |
| Capítulo 2. <i>La Televisión</i> | 14 |
| 2.1 La Televisión Abierta Argentina en la Actualidad | 19 |
| 2.2 El Nuevo Dios de Fin de Siglo : Las Mediciones de Audiencia | 21 |
| 2.2.1 Las Mediciones de Audiencia en Argentina | 22 |
| 2.3 El Espectador | 24 |
| 2.3.1 La Televisión y la juventud | 26 |
| 2.3.2 El Espectador Adicto - El Teleadicto | 28 |
| Referencias de citas del Capítulo 2 | 31 |
| Capítulo 3. <i>La Vulgaridad en Programas de Televisión</i> | 41 |
| 3.1 Versus | 44 |
| 3.2 Caiga Quién Caiga | 45 |
| 3.3 Tiempo de Siembra | 47 |
| Referencias de citas del Capítulo 3 | 48 |
| Capítulo 4. <i>La Cultura del Exitismo</i> | 64 |
| 4.1 Éxito vs Exitismo | 68 |
| 4.2 La Cultura del Exitismo en otras Actividades | 70 |
| 4.2.1 Poesía en el subte | 71 |
| 4.2.2 La fiesta de la vendimia | 73 |
| Referencias de citas del Capítulo 4 | 74 |
| Conclusión | 82 |
| Apéndice General | 84 |
| Datos de Encuestas | 105 |
| Bibliografía | 110 |

PREFACIO

“Las pantallas titilaban afásicas, una línea sólida en un mar de puntos y rayas, y daban un cielo reventado, ni amenazador ni difuso. Como si el cielo se hubiera vaciado en un espejo ciego”.

Oswaldo Tcherkaski, *El Horizonte*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

Nos encontramos en una actualidad globalizada y violenta, donde todo fluye con extrema rapidez, como si la vida y todo lo que nos rodea fuese un video clip. Un video clip veloz, corto y sin relación entre sus imágenes. Esta investigación se basa en esta cultura moderna y televisiva, como lo expone Giovanni Sartori en su libro "Homo Videns La Sociedad Teledirigida" y como, también lo expresa Gilles Lipovetsky en su obra "La Era del Vacío". A partir, de estos trabajos se busco un punto de unión entre ambos. Lo cual se encuadro bajo el nombre de la ***Cultura del Exitismo***. Esta cultura es donde conviven estos "nuevos seres", mencionados por ambos autores. Una cultura que se caracteriza por la ausencia del esfuerzo, la identificación con las estrellas y los estereotipos, la búsqueda del éxito rápido y fácil, la exaltación de un falso logro o éxito y la indiferencia o desocialización que se puede apreciar en la actualidad. Por lo tanto, este es el concepto que se manejara cuando se refiere a esta cultura.

Este trabajo estará centrado en dicha hipótesis : ***La cultura del exitismo promociona la vulgaridad en los programas de televisión, manipulando las conductas de los espectadores adolescentes.***

Hasta la actualidad, mucho se ha escrito sobre la televisión y sus efectos en los televidentes. Algunos trabajos desde un punto de vista crítico hacia la televisión y otros no. Con el crecimiento del capitalismo y del consumo, los canales presionan a los distintos programas y fórmulas para obtener una mayor medición de audiencia; como la globalización y la tecnología, que al igual que un video clip todo sucede y avanza a una velocidad a la cual el hombre siente inestabilidad pero lo asimila; muchos son los cambios que sufre la sociedad en general. Ahora los chicos se aburren en las escuelas, como consecuencia de lo antes mencionado, y la televisión parece ser la segunda escuela y la niñera. Los valores sociales han perdido importancia, y los adolescentes parecen "autistas" cuando están enfrente del televisor o la "caja boba" y esto atenta con la esencia del hombre, que además de ser racional, es social.

Por otro lado, algunos programas promocionan la frivolidad, la vulgaridad y atentan contra la familia. La cultura del exitismo puede ser un fenómeno mediático, pero al final de esta investigación podremos llegar a conclusiones y mostrar otros caminos a investigar estos fenómenos que son : las culturas juveniles y la televisión.

Para una mejor comprensión de la hipótesis, se conceptualizará algunos términos que se cree convenientes. Según la Real Academia Española, *vulgaridad* significa calidad de vulgar - cosa, o hecho vulgar que carece de novedad e importancia, de verdad o fundamento, que es impropio de personas cultas y educadas. La palabra *vulgar* proviene de *vulgo*, que significa el común de la gente *pop*, conjunto de personas que en cada materia solo conocen lo superficial.

Entre todas las definiciones de manipulación existentes, se optó por como Lorenzo Vilches¹ la define. *Manipular* es manejar, modificar o deformar, en este caso las conductas adolescentes.

Para delimitar esta investigación, se tomó la adolescencia porque es una etapa formativa en el crecimiento de una persona. Con respecto a la programación televisiva, como es tan amplia se optó por la televisión abierta Argentina, emitida en Buenos Aires, y para reducir el campo de investigación se eligió tres programas de las emisoras más importantes de la actualidad. Por un lado, se eligió *Versus* de canal 11, como el modelo de programa exitista. Luego, *Caiga quien Caiga* de canal 2, como el antimodelo de la cultura exitista; y por último, a *Tiempo de Siembra* de canal 13, como el programa ejemplificador de como debería ser la programación. El período temporal de este trabajo es durante 1998.

A lo largo de los siguientes capítulos, se irá progresando de lo general a lo particular, recorriendo los diferentes puntos que hacen al tema. Desde la distintas culturas juveniles de décadas pasadas hasta la resolución de nuestra hipótesis. Desde enfoques sociológicos, comunicacionales y psicológicos hasta históricos.

La invitación está hecha, recorran las siguientes líneas que se refieren a hechos de la vida real en convivencia del ficticio mundo de la televisión, y descubra que la televisión es mucho más que un electrodoméstico que entretiene, también puede hacer daño.

¹ Lorenzo Vilches, La televisión. Los efectos del bien y del mal. Barcelona, 1993.